

Бойченко в тунике, битва на Калке и буза-фест. Как Мариуполь готовит туристический взрыв

<https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticseskij-vzryv>

08 травня 2021, субота

Автор: 0629.com.ua - Сайт Міста Маріуполь

Мариуполя на туристической карте Украины нет. Это неприятный, но объективный факт. Мариуполь мог бы там появиться, но для этого нужно, чтобы совпало несколько факторов: креатив, инициатива и финансовая поддержка. Если все сложится, то Мариуполь может произвести культурный взрыв и в хорошем смысле удивить своих соотечественников, которым поднадоело колесить по маршруту Киев-Львов-Черновцы-Одесса. Почему до сих пор этого не произошло? Давайте разбираться

Мариуполь – не Львов

Мариуполь не Львов, понятное дело. У нас истории поменьше, архитектура не та и есть заводы. Но поверьте, не это останавливает развитие туризма.

Мариуполь – не Львов, потому что здесь до недавнего времени в культуре и туризме действовала та же «вертикально-интегрированная» схема управления, что и во всех других сферах. И эта схема

не ефективна. Она плохо работает, потому что не имеет поддержки горожан.

В 2018 году мы встречались с Марком Зархиным. Это основатель сети пиццерий «Челентано». Он львовянин. Несколько лет развивал бизнес в Германии, а потом решил вернуться домой, во Львов и развивать свой родной город. Марк Зархин рассказал, в чем секрет успеха Львова.

Дело в том, что инициатива креативного развития города там исходила не от муниципалитета. Двигателем перемен стала проактивная часть громады. Предприниматели, рестораторы, производители сувенирной продукции и т.д. в один день собрались, чтобы обсудить, куда им двигаться дальше. Туристов мало, коммунальные проблемы – зашкаливают, интерес ко Львову – низкий, несмотря на красивую архитектуру, а туристический сезон крайне короткий. При этом промышленные предприятия, оставшиеся во Львове после распада СССР, оказались никому не нужны. И надо было как-то решать проблему с рабочими местами. Вот тогда они и подумали, что надо создавать события, для того чтобы зазывать гостей ехать во Львов круглый год. Инициативная группа предпринимателей двинулась на переговоры к мэру и получила от него поддержку. Город дал карт-бланш в виде грантовых программ, поддержал в земельных и прочих вопросах, занялся промоцией событий, а инициативная группа львовян стала реализовывать один за другим свои креативные проекты, неординарные фестивали, шоу-рестораны. У этих людей был свой интерес. Они хотели зарабатывать. Но и у остальных львовян был от туризма профит - городская казна стала интенсивно наполняться, и Львов наконец начал решать коммунальные проблемы, которые накапливались там десятки лет.

А теперь давайте посмотрим, как всё происходило в Мариуполе.

У нас проактивная часть громады сформировалась в 2014 году. Начиная с 2015 года в Мариуполе наблюдался всплеск обществен-

ных инициатив. Но очень быстро они сошли на нет. И не потому, что закончились деньги. Грантовая помощь идет в Мариуполь и сейчас. Просто в 2015 году команда Метинвеста, победившая на выборах, медленно, но уверенно стала отодвигать гражданские инициативы в сторону, перетягивая на себя любые стоящие начинания.

Очень показательный пример - проект «Вежа». Многие уже и не помнят, что идея создания культурно-туристического центра в водонапорной башне принадлежит Владиславу Зайцеву, инициативному молодому человеку, который сумел получить грант от USAID и даже на 90% реализовал его. Но на финальной стадии муниципалитет отодвинул парня в сторону, назначил своего директора, и с тех пор «Вежа» перестала быть общественной инициативой. Владислав Зайцев сейчас во Львове. А мог бы быть очень полезен Мариуполю.



И это не единичный пример. Если у тебя есть хорошая инициатива, будь готов, что твоя идея может стать чьей-то, не твоей. Так было раньше. Но, кажется, сейчас ситуация меняется.

В четверг муниципалитет впервые собрал креативный актив Мариуполя, для того чтобы предложить людям включиться в промоцию Мариуполя.

Схема такая (немного львовская): город предлагает помощь, поддержку, гранты в реализации интересных проектов. От горожан – креативные идеи и реализация.

Уникальные предложения Мариуполя

На встрече выдвигали очень много разных идей, как заманить в город туристов. Спортивные мероприятия, экскурсии по городу, туристические навигаторы, морские активности, индустриальный туризм и пр. Но все это не способно сделать главного – сформировать уникальное предложение Мариуполя. Такое предложение, которое замотивировало бы людей преодолеть 700-800 км, проехать через всю страну, чтобы побывать у нас.

Это должно быть нечто такое, что можно увидеть только у нас. Например...

День туники

Туника – одежда древних греков. И хотя греки, которых переселили из Крыма в Приазовье, не носили туник, эта одежда все равно остается символом Греции.



День туники не проводится ни в одном городе мира. Мы можем «приватизировать» и эту одежду, и этот праздник, считает краевед Андрей Марусов.

«Представьте, если, например, 15 августа городской голова вместе со всеми своими заместителями выйдет на работу и отработает целый день в тунике? Это будет шоу, на которое приедут посмотреть».

«А если еще мэра упросить отсидеть в бочке (в бочке сидел древнегреческий философ Диоген – прим.ред.), то вообще отлично выйдет»,

- шутя дополнила идею Афина Хаджинова.

До сих пор греческий Мариуполь очень пассивно представлял себя. У нас нет национальных ресторанов греческой кухни, нет ярких греческих событий. И за греческим колоритом надо охотиться, как за раритетом. А ведь это то, что может стать изюминкой туристического Мариуполя.

Буза-фест

В продолжение греческой темы, прозвучало предложение организовать фестиваль национального греческого слабоалкогольного напитка буза. Его готовили и в Греции, и в Крыму. Наши мариупольские греки имеют свою рецептуру напитка.



Буза-фест может стать нашим уникальным «Божоле». Если организовать все на высоком уровне.

Битва на Калке

Легендарная битва на Калке (историки считают, что это наш Кальчик) произошла где-то в приазовских степях. 31 мая 1223 года

сошлись на Калке объединённые войска князей Киевской Руси и половцев — с монголами.

Ни одна историческая летопись не указывает точное место битвы. Известно только, что это было на территории где-то между Мариуполем и Волновахой. А раз точно не известно где, значит, Мариуполь имеет полное право «присвоить» легендарную битву себе.

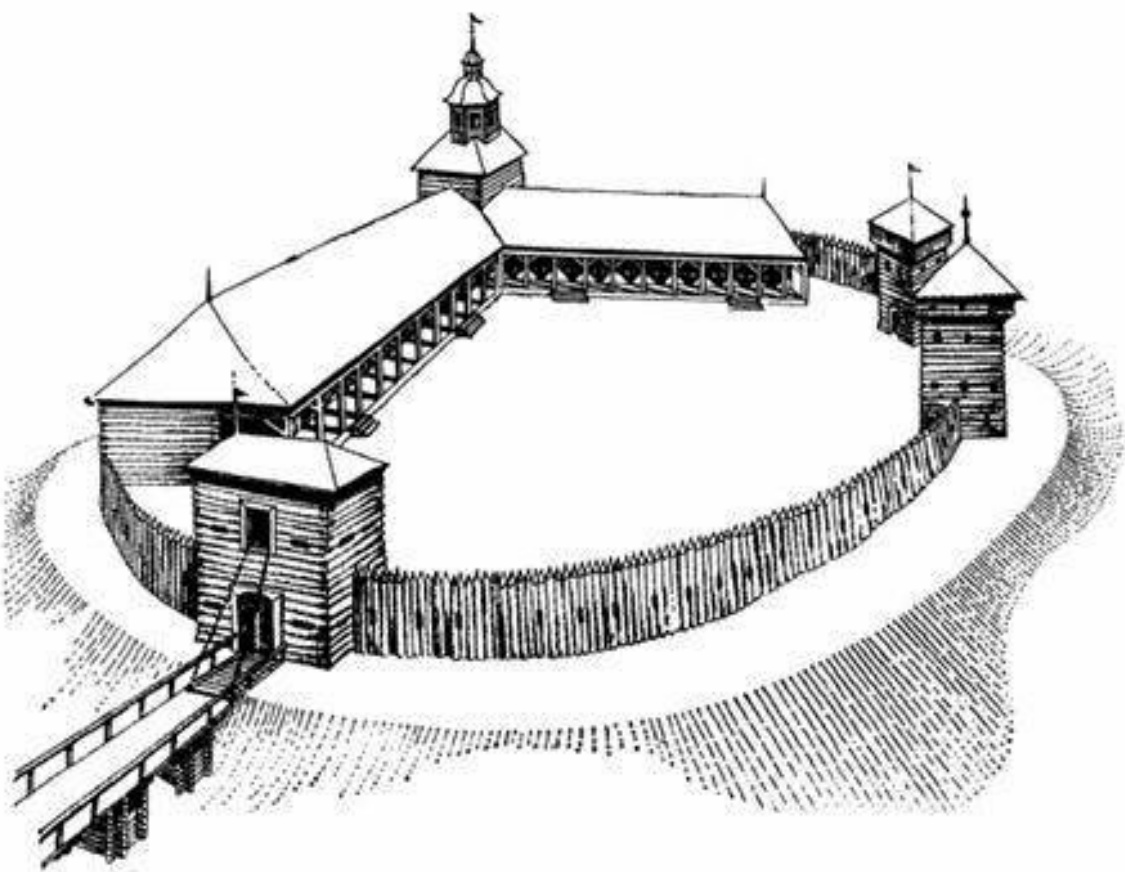
Через год битве на Калке исполняется 800 лет. И мариупольские клубы исторической реконструкции готовы провести масштабную реконструкцию битвы — в доспехах, по сценарию, описанному в летописях, и даже с конницей.

В клубе исторической реконструкции «Азовская Дружина» говорят, что если делать масштабную реконструкцию сражения, то на это событие можно привлечь в город от 500 до 1000 человек участников. Прибавьте сюда зрителей и получите масштабное уникальное событие, которое может стать ежегодным зрелищем и магнитом для туристов со всей Украины.

По словам Петра Андриющенко, который сейчас влился в команду муниципалитета и занимается промоцией Мариуполя, этот проект уже получил одобрение и поддержку городского головы.

Планируется, что под проект город выделит землю в пойме реки Кальчик (ниже памятника «Танк»). Там построят деревянные средневековые башни, частокол и ристалище. А еще на поле появится музей под открытым небом и стоянка для палаток.

Примерно так, как на картинке.



Фестиваль чебурека

«Мы просто обязаны биться за право называть че-

бурек своим, мариупольским достоянием»,

- доказывал на встрече Петр Андриющенко. И ничего, что чебу-реки придумали не у нас. Наши чир-чирсы – это особое гастрономическое явление. А в вопросах правообладания важно, кто первым заявит свои права.



Чир-чирсы надо забирать себе. Если удастся - считайте, мы уже на полпути к победе.

Эксклюзивные экскурсии

Сами по себе экскурсии по городу, даже самые интересные, не могут завлечь туристов в Мариуполь. Никто не будет ехать за сотнями километров, чтобы осмотреть наши достопримечательности.

Но историк *Ольга Демидко* уверена, что город может предложить уникальную экскурсионную программу, совершенно необычную. Такие экскурсии, которые невозможно посетить нигде боль-

ше — только у нас. Например, *сокровища Нестора Махно, мариупольские катакомбы, экстремальный туризм (возможно, военный), индустриальный*. Все это нужно продумывать, развивать, красиво упаковывать и продавать.

Конечно, даже самые интересные культурные события не исключают проблем с транспортом, гостиницами, экологией и пр. Но гостиницы не построятся сами по себе, если на них не появится спрос. И логистика быстро не улучшится, если в ней будет заинтересован только Мариуполь, а не вся страна. А комплекс экологических проблем будет решаться быстрее, если заинтересованные в притоке туристов власти начнут наконец давить на заводы (а не только громада, как это происходит сейчас). *Поэтому надо с чего-то начинать. Теория маленьких шагов быстрее приводит к большому результату.*

Скріншот - Оригінал

https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojchenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticeskij-vzryv

ни  Блоги  Меморіал. Маріуполь  Карта міста

Мариуполь готовит туристический взрыв

09:00, 8 травня 2021 р.

#СУББОТНИЙ РАЗГОВОР

Бойченко в тунике, битва на Калке и буза-фест. Как Мариуполь готовит туристический взрыв

Мариуполя на туристической карте Украины нет. Это неприятный, но объективный факт. Мариуполь мог бы там появиться, но для этого нужно, чтобы совпало несколько факторов: креатив, инициатива и финансовая поддержка. Если все сложится, то Мариуполь может произвести культурный взрыв и в хорошем смысле удивить своих соотечественников, которым поднадоело колесить по маршруту Киев-Львов-Черновцы-Одесса.

Почему до сих пор этого не произошло? Давайте разбираться

Мариуполь – не Львов

Мариуполь не Львов, понятное дело. У нас истории поменьше, архитектура не та и есть заводы. Но поверьте, не это останавливает развитие туризма.

Мариуполь – не Львов, потому что здесь до недавнего времени в культуре и туризме действовала та же «вертикально-интегрированная» схема управления, что и во всех других сферах. И эта схема не эффективна. Она плохо работает, потому что не имеет поддержки горожан.

В 2018 году мы встречались с Марком Зархиным. Это основатель сети пиццерий «Челентано». Он львовянин. Несколько лет развивал бизнес в Германии, а потом решил вернуться домой, во Львов и развивать свой родной город. Марк Зархин рассказал, в чем секрет успеха Львова.

Дело в том, что инициатива креативного развития города там исходила не от муниципалитета. Двигателем перемен стала проактивная часть громады. Предприниматели, рестораторы, производители сувенирной продукции и т.д. в один день собрались, чтобы обсудить, куда им двигаться дальше. Туристов мало, коммунальные проблемы – зашкаливают, интерес ко Львову – низкий, несмотря на красивую архитектуру, а туристический сезон крайне короткий. При этом промышленные предприятия, оставшиеся во Львове после распада СССР, оказались никому не нужны. И надо было как-то решать проблему с рабочими местами. Вот тогда они и подумали, что надо создавать события, для того чтобы зазывать гостей ехать во Львов

(1)

<https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticeskij-vzryv>

останавливает развитие туризма.

Мариуполь – не Львов, потому что здесь до недавнего времени в культуре и туризме действовала та же «вертикально-интегрированная» схема управления, что и во всех других сферах. И эта схема не эффективна. Она плохо работает, потому что не имеет поддержки горожан.

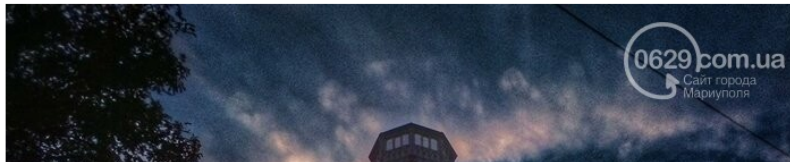
В 2018 году мы встречались с Марком Зархиным. Это основатель сети пиццерий «Челентано». Он львовянин. Несколько лет развивал бизнес в Германии, а потом решил вернуться домой, во Львов и развивать свой родной город. Марк Зархин рассказал, в чем секрет успеха Львова.

Дело в том, что инициатива креативного развития города там исходила не от муниципалитета. Двигателем перемен стала проактивная часть громады. Предприниматели, рестораторы, производители сувенирной продукции и т.д. в один день собрались, чтобы обсудить, куда им двигаться дальше. Туристов мало, коммунальные проблемы – зашкаливают, интерес ко Львову – низкий, несмотря на красивую архитектуру, а туристический сезон крайне короткий. При этом промышленные предприятия, оставшиеся во Львове после распада СССР, оказались никому не нужны. И надо было как-то решать проблему с рабочими местами. Вот тогда они и подумали, что надо создавать события, для того чтобы зазывать гостей ехать во Львов круглый год. Инициативная группа предпринимателей двинулась на переговоры к мэру и получила от него поддержку. Город дал карт-бланш в виде грантовых программ, поддержал в земельных и прочих вопросах, занялся промоцией событий, а инициативная группа львовян стала реализовывать один за одним свои креативные проекты, неординарные фестивали, шоу-рестораны. У этих людей был свой интерес. Они хотели зарабатывать. Но и у остальных львовян был от туризма профит – городская казна стала интенсивно наполняться, и Львов наконец начал решать коммунальные проблемы, которые накапливались там десятки лет.

А теперь давайте посмотрим, как всё происходило в Мариуполе.

У нас проактивная часть громады сформировалась в 2014 году. Начиная с 2015 года в Мариуполе наблюдался всплеск общественных инициатив. Но очень быстро они сошли на нет. И не потому, что закончились деньги. Грантовая помощь идет в Мариуполь и сейчас. Просто в 2015 году команда Метинвеста, победившая на выборах, медленно, но уверенно стала отодвигать гражданские инициативы в сторону, перетягивая на себя любые стоящие начинания.

Очень показательный пример - проект «Вежа». Многие уже и не помнят, что идея создания культурно-туристического центра в водонапорной башне принадлежит Владиславу Зайцеву, инициативному молодому человеку, который сумел получить грант от USAID и даже на 90% реализовал его. Но на финальной стадии муниципалитет отодвинул парня в сторону, назначил своего директора, и с тех пор «Вежа» перестала быть общественной инициативой. Владислав Зайцев сейчас во Львове. А мог бы быть очень полезен Мариуполю.



(2)

<https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticskij-vzryv>

общественных инициатив. Но очень быстро они сошли на нет. И не потому, что закончились деньги. Грантовая помощь идет в Мариуполь и сейчас. Просто в 2015 году команда Метинвеста, победившая на выборах, медленно, но уверенно стала отодвигать гражданские инициативы в сторону, перетягивая на себя любые стоящие начинания.

Очень показательный пример - проект «Вежа». Многие уже и не помнят, что идея создания культурно-туристического центра в водонапорной башне принадлежит Владиславу Зайцеву, инициативному молодому человеку, который сумел получить грант от USAID и даже на 90% реализовал его. Но на финальной стадии муниципалитет отодвинул парня в сторону, назначил своего директора, и с тех пор «Вежа» перестала быть общественной инициативой. Владислав Зайцев сейчас во Львове. А мог бы быть очень полезен Мариуполю.



И это не единичный пример. Если у тебя есть хорошая инициатива, будь готов, что твоя идея может стать чьей-то, не твоей. Так было раньше. Но, кажется, сейчас ситуация меняется.

В четверг муниципалитет впервые собрал креативный актив Мариуполя, для того чтобы предложить людям включиться в промоцию Мариуполя.

Схема такая (немного львовская): город предлагает помощь, поддержку, гранты в реализации интересных проектов. От горожан – креативные идеи и реализация.

Уникальные предложения Мариуполя

(3)

https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticskij-vzryv

промоцію Мариуполя.

Схема такая (немного львовская): город предлагает помощь, поддержку, гранты в реализации интересных проектов. От горожан – креативные идеи и реализация.

Уникальные предложения Мариуполя

На встрече выдвигали очень много разных идей, как заманить в город туристов. Спортивные мероприятия, экскурсии по городу, туристические навигаторы, морские активности, индустриальный туризм и пр. Но все это не способно сделать главного – сформировать уникальное предложение Мариуполя. Такое предложение, которое замотивировало бы людей преодолеть 700-800 км, проехать через всю страну, чтобы побывать у нас.

Это должно быть нечто такое, что можно увидеть только у нас. Например...

День туники

Туника – одежда древних греков. И хотя греки, которых переселили из Крыма в Приазовье, не носили туник, эта одежда все равно остается символом Греции.

День туники не проводится ни в одном городе мира. Мы можем «приватизировать» и эту одежду, и этот праздник, считает краевед Андрей Марусов.

«Представьте, если, например, 15 августа городской голова вместе со всеми своими заместителями выйдет на работу и отработает целый день в тунике? Это будет шоу, на которое приедут посмотреть».



(4)

https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticskij-vzryv
started

Новини Блоги Меморіал. Маріуполь Карта міста



(5)

2 <https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticskij-vzryv>

«А если еще мэра упросить отсидеть в бочке (в бочке сидел древнегреческий философ Диоген – прим.ред.), то вообще отлично выйдет», - шутя дополнила идею Афина Хаджинова.

До сих пор греческий Мариуполь очень пассивно представлял себя. У нас нет национальных ресторанов греческой кухни, нет ярких греческих событий. И за греческим колоритом надо охотиться, как за раритетом. А ведь это то, что может стать изюминкой туристического Мариуполя.

Буза-фест

В продолжение греческой темы, прозвучало предложение организовать фестиваль национального греческого слабоалкогольного напитка буза. Его готовили и в Греции, и в Крыму. Наши мариупольские греки имеют свою рецептуру напитка.



Буза-фест может стать нашим уникальным «Божоле». Если организовать все на высоком уровне.

Битва на Калке

Легендарная битва на Калке (историки считают, что это наш Кальчик) произошла где-то в приазовских степях. 31 мая 1223 года сошлись на Калке объединённые войска князей Киевской Руси и половцев – с монголами.

Ни одна историческая летопись не указывает точное место битвы. Известно только, что это было на территории где-то между Мариуполем и Волновахой. А раз точно не известно где, значит, Мариуполь имеет полное право «присвоить» легендарную битву себе.

Через год битве на Калке исполняется 800 лет. И мариупольские клубы исторической реконструкции готовы провести масштабную реконструкцию битвы – в доспехах, по сценарию, описанному в летописях, и даже с конницей.

(6)

Битва на Калке

Легендарная битва на Калке (историки считают, что это наш Кальчик) произошла где-то в приазовских степях. 31 мая 1223 года сошлись на Калке объединённые войска князей Киевской Руси и половцев – с монголами.

Ни одна историческая летопись не указывает точное место битвы. Известно только, что это было на территории где-то между Мариуполем и Волновахой. А раз точно не известно где, значит, Мариуполь имеет полное право «присвоить» легендарную битву себе.

Через год битве на Калке исполняется 800 лет. И мариупольские клубы исторической реконструкции готовы провести масштабную реконструкцию битвы – в доспехах, по сценарию, описанному в летописях, и даже с конницей.

В клубе исторической реконструкции «Азовская Дружина» говорят, что если делать масштабную реконструкцию сражения, то на это событие можно привлечь в город от 500 до 1000 человек участников. Прибавьте сюда зрителей и получите масштабное уникальное событие, которое может стать ежегодным зрелищем и магнитом для туристов со всей Украины.

По словам Петра Андрищенко, который сейчас влился в команду муниципалитета и занимается промоцией Мариуполя, этот проект уже получил одобрение и поддержку городского головы.

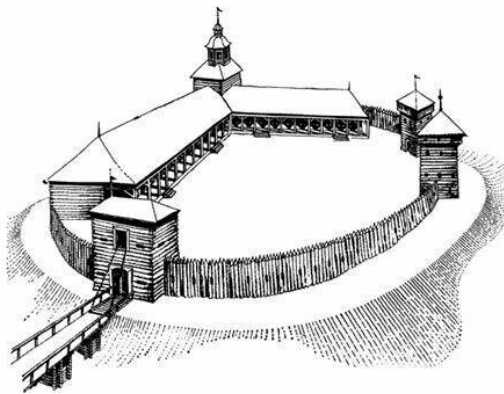
Планируется, что под проект город выделит землю в пойме реки Кальчик (ниже памятника «Танк»). Там построят деревянные средневековые башни, частокол и ристалище. А еще на поле появится музей под открытым небом и стоянка для палаток.

Примерно так, как на картинке.



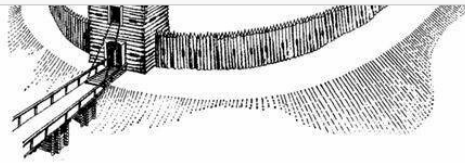
(7)

<https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticskij-vzryv>



(8)

<https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticskij-vzryv>



Фестиваль чебурека

«Мы просто обязаны биться за право называть чебурек своим, мариупольским достоянием», - доказывал на встрече Петр Андриющенко. И ничего, что чебурики придумали не у нас. Наши чир-чиры – это особое гастрономическое явление. А в вопросах правообладания важно, кто первым заявит свои права.



(9)

2 <https://www.0629.com.ua/news/3097131/bojcenko-v-tunike-bitva-na-kalke-i-buza-fest-kak-mariupol-gotovit-turisticeskij-vzryv>

Чир-чиры надо забирать себе. Если удастся - считайте, мы уже на полпути к победе.

Эксклюзивные экскурсии

Сами по себе экскурсии по городу, даже самые интересные, не могут завлечь туристов в Мариуполь. Никто не будет ехать за сотни километров, чтобы осмотреть наши достопримечательности.

Но историк Ольга Демидко уверена, что город может предложить уникальную экскурсионную программу, совершенно необычную. Такие экскурсии, которые невозможно посетить нигде больше – только у нас. Например, сокровища Нестора Махно, мариупольские катакомбы, экстремальный туризм (возможно, военный), индустриальный. Все это нужно продумывать, развивать, красиво упаковывать и продавать.

Конечно, даже самые интересные культурные события не исключают проблем с транспортом, гостиницами, экологией и пр. Но гостиницы не построятся сами по себе, если на них не появится спрос. И логистика быстро не улучшится, если в ней будет заинтересован только Мариуполь, а не вся страна. А комплекс экологических проблем будет решаться быстрее, если заинтересованные в притоке туристов власти начнут наконец давить на заводы (а не только громада, как это происходит сейчас). Поэтому надо с чего-то начинать. Теория маленьких шагов быстрее приводит к большому результату.

Якщо ви помітили помилку, виділіть необхідний текст і натисніть Ctrl + Enter, щоб повідомити про це редакцію

#Мариуполь



Коментарі

Показувати новий коментар: [вниз](#) | [вгору](#)

Мама миа 8 травня 2021 р., 09:24

Ключевой момент - проект «Вежа», идея создания культурно-туристического центра в водонапорной башне принадлежит Владиславу Зайцеву, инициативному молодому человеку, который сумел получить грант от USAID и даже на 90% реализовал его. Но на финальной стадии муниципалитет отодвинул парня в сторону, назначил своего директора, и с тех пор «Вежа» перестала быть общественной инициативой. Владислав Зайцев далеко, куда и вас приглашает.

0 0

ох 8 травня 2021 р., 12:26

Побольше ночных клубов для молодежи и будет ок.

0 0

(10)